

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Rancangan karya ini merujuk pada diferensiasi *event* serta konsep utama yang telah dipaparkan sebelumnya yakni konsep *event management and planning*/ “lima langkah yang harus dilakukan untuk mewujudkan suatu *event* adalah *research, design, planning, coordinating, evaluation*”(Goldblatt, 2013). Berikut adalah diferensiasi *event* karya ini serta penjabaran tahap pembuatan karya mengacu pada konsep terkait;

Tabel 3.1 Diferensiasi Event

<i>Objectives</i>	<i>Scope</i>	<i>Audiences</i>	<i>Marketing & Distribution</i>	<i>Key Stake -holders</i>	<i>Key Staging elements</i>
Memberikan wawasan dan edukasi serta <i>tips and trick</i> melalui <i>penyelenggaraan seminar</i> , sehingga kalangan <i>millennials</i> dapat memahami cara “Earn Make Million Dollars” dengan menggunakan <i>platform</i>	Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” hanya diselenggarakan satu kali.	<i>Millennials</i> (Mahasiswa UMN & Non-UMN) Primer: <i>millennials</i> yang tidak mengetahui cara untuk menghasilkan pendapatan melalui <i>platform</i> terkait.	Menggunakan Instagram dan Youtube sebagai media untuk mendistribusikan informasi mengenai seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”. dan 5 media <i>online</i>	Kandidat Pembicara -Jerome Polin / Reggi Prabowo (<i>Verified Mega Influencer</i>) -Kristo Immanuel (<i>Verified</i>	Seminar

Instagram dan Youtube.		Sekunder: millennials yang sudah mencoba. Namun belum berhasil menghasilkan pendapatan melalui platform terkait.	untuk meliput seminar ini.	Makro <i>Influencer</i>) - Tiffany Nata /Vera Waty (Mikro <i>Influencer</i>)	
------------------------	--	--	----------------------------	---	--

Sumber: Data olahan penyelenggara, 2020.

Pemilihan *key stakeholders*/pembicara dilakukan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu: *budget*, kesesuaian dan ketersediaan waktu (*availability*), dll. Berikut adalah penjabaran perbandingan kandidat pembicara;

Tabel 3.2 Perbandingan Kandidat Pembicara

Kandidat	<i>Availability</i>	<i>Influencer tiers</i>	<i>Target Audience</i>	<i>Rate Card/Fee</i>
Jerome Polin	Tidak <i>Available</i>	<i>Mega Influencer</i> (lebih dari 1 juta <i>followers</i>)	<i>Millennials</i> yang suka belajar (akademik).	15.000.000
Reggie Prabowo (Miawaug)	<i>Available</i>	<i>Mega Influencer</i> (lebih dari 1 juta <i>followers</i>)	<i>Millennials</i> yang suka main <i>game</i> .	90.000.000/ <i>Fee</i> Seikhlasnya

Kristo Immanuel	<i>Available</i>	Makro Influencer (lebih dari 100 ribu <i>followers</i>)	<i>Millennials</i> yang suka <i>comedy</i> dan <i>impersonate</i>	12.000.000/ <i>Fee</i> Seikhlasnya
Tiffany Nata	<i>Available</i>	Mikro Influencer (lebih dari 10 ribu <i>followers</i>)	<i>Millennials</i> yang tertarik dengan konten <i>lifestyle</i> dan tren makanan	5.000.000
Vera Waty	<i>Available</i>	Mikro Influencer (lebih dari 10 ribu <i>followers</i>)	<i>Millennials</i> yang suka <i>travel, lifestyle content</i> .	1.500.000

Sumber: Data olahan penyelenggara, 2020.

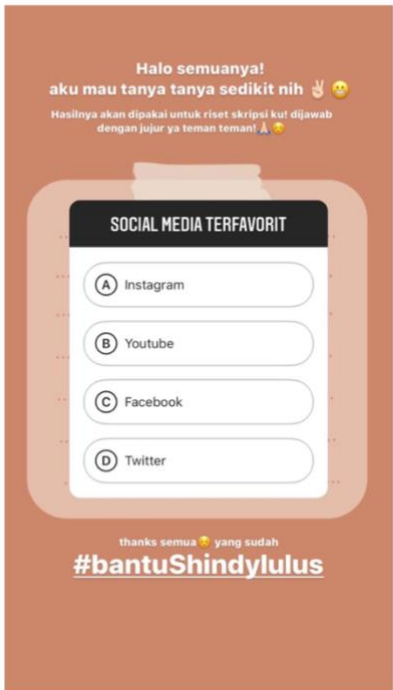
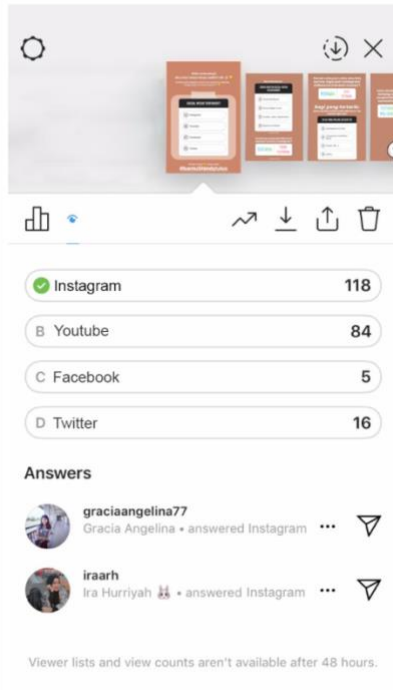
Melihat dari hasil perbandingan dan pertimbangan yang ada terdapat 4 pembicara yang *available*. Namun karena adanya keterbatasan waktu acara serta budget yang tidak memadai, karya/acara ini memilih 3 pembicara dengan kategori/*influencer tier* yang berbeda-beda. Pembicara yang terpilih adalah Reggie Prabowo, Kristo Immanuel dan Verawaty.

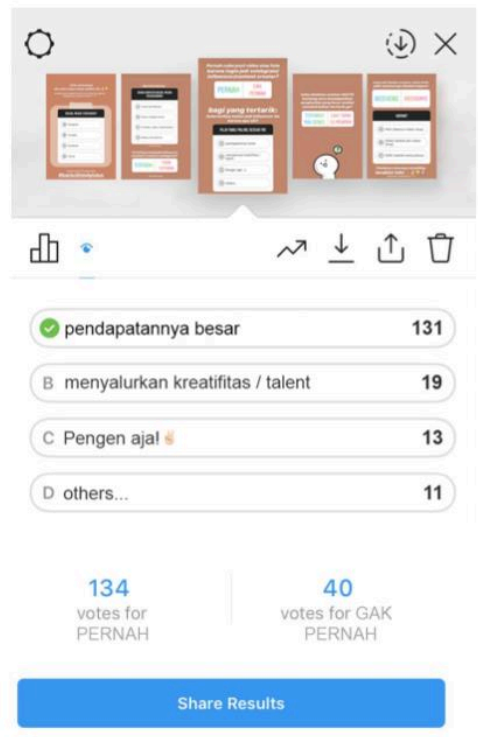
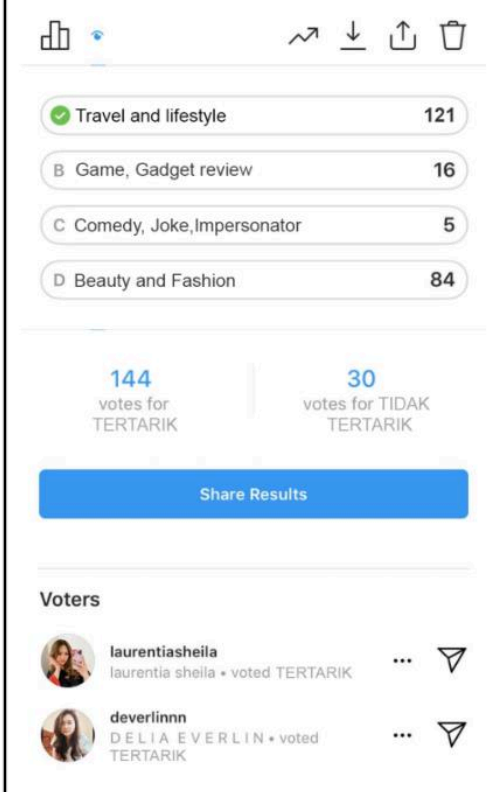
Karya ini menggunakan teknik *research desk study* sebagai metode pengumpulan data/riset awal. Melalui penggunaan teknik ini dapat diperoleh data primer dan sekunder. Dalam perolehan data primer karya ini menggunakan metode observasi dan studi pustaka;

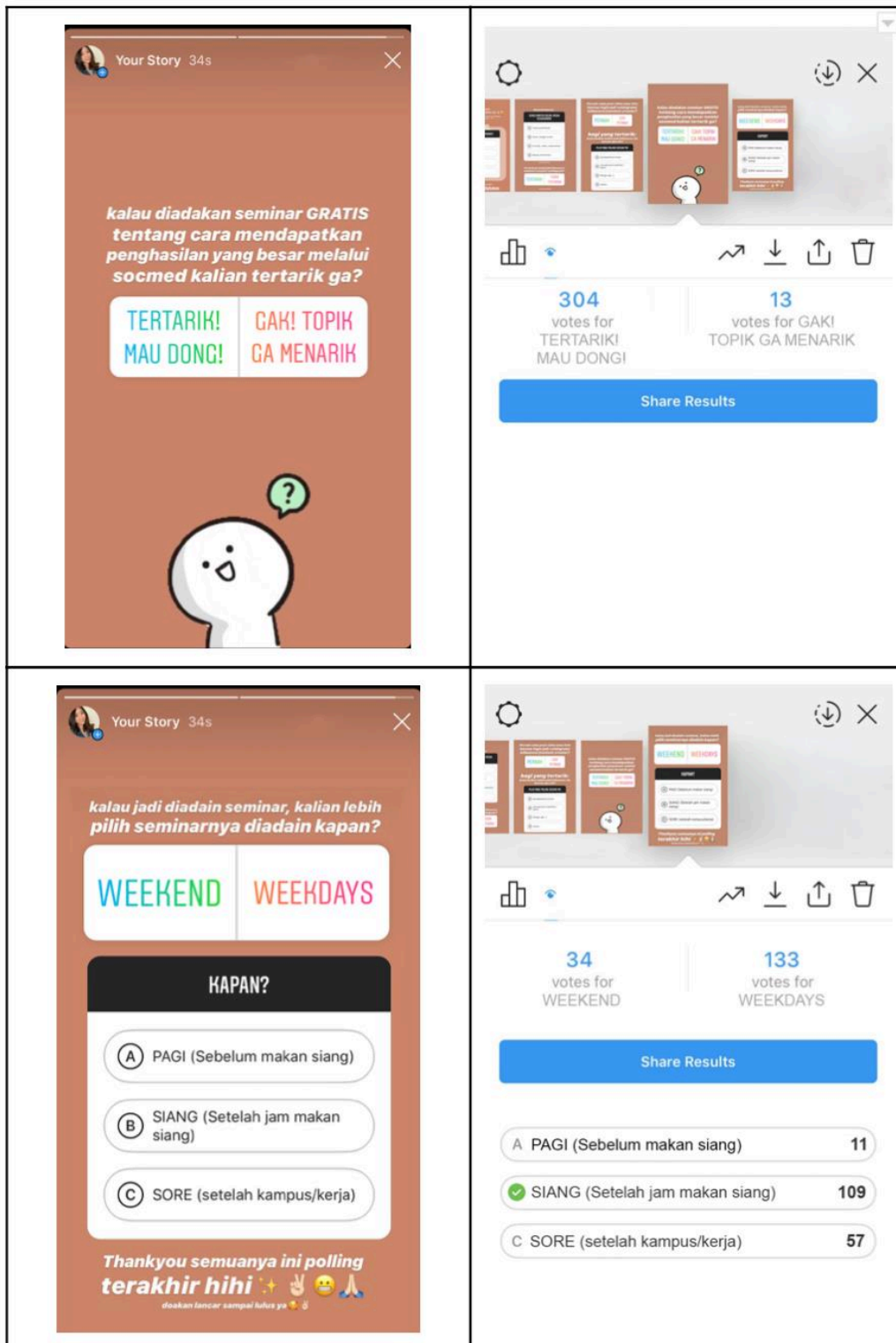
- 1. Observasi:** Menurut Arifin (2011), “Observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif dan rasional

mengenai berbagai fenomena guna mencapai tujuan tertentu”. Sugiyono berpendapat (2012, p.145), “Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar”. Karya ini juga melakukan observasi kepada *key stakeholder* (narasumber) melalui *phone call* dan juga kepada *target audience/ millennials* melalui *Instagram story*. Hal ini dilakukan agar dapat memperkuat data untuk riset analisis serta memperkuat tujuan *event* ini. Berikut adalah *Instagram story* dan *insight* yang diperoleh (diunggah oleh penyelenggara dalam akun Instagram pribadinya (@Shindywijaya11) yang mana *followers*-nya merupakan kalangan *millennials*);

Tabel 3.3 Pre-event observation dan insight-nya

Observation (Via IG story)	Insight
 <p>Halo semuanya! aku mau tanya tanya sedikit nih 🙋🏻 Hasilnya akan dipakai untuk riset skripsi kut dijawab dengan jujur ya teman teman! 🙏🏻</p> <p>SOCIAL MEDIA TERFAVORIT</p> <p>(A) Instagram</p> <p>(B) Youtube</p> <p>(C) Facebook</p> <p>(D) Twitter</p> <p>thanks semua 🙏🏻 yang sudah #bantuShindylulus</p>	 <p>Insight</p> <p>Instagram 118</p> <p>Youtube 84</p> <p>Facebook 5</p> <p>Twitter 16</p> <p>Answers</p> <p>graciaangelina77 Gracia Angelina • answered Instagram</p> <p>iraarh Ira Hurriyah • answered Instagram</p> <p>Viewer lists and view counts aren't available after 48 hours.</p>





Sumber: Data olahan penyelenggara, 2020.

Dari hasil observasi di atas dapat dilihat bahwa kalangan *millennials*, lebih memilih Instagram dan Youtube sebagai *social media* terfavorit mereka, sebanyak 118 *millennials* memilih Instagram dan 84 *millennials* memilih Youtube. Konten terfavorit kalangan *millennials* adalah *Travel and Lifestyle* (121 votes), dan sebanyak 134 votes tertarik untuk menjadi *content creators/selebgram/influencer*.

Dari *polling* di atas dapat dilihat keinginan/ketertarikan kalangan *millennials* untuk menjadi *content creator* kebanyakan didasari oleh pendapatan pekerjaan tersebut yang tergolong besar, dan tercatat sebanyak 134 *millennials* pernah mencoba *post*/membuat konten untuk meraih/mencapai keinginannya menjadi *content creator/ selebgram/ influencer* dalam *platform* terkait. Tingginya minat dari *millennials* terhadap seminar yang membahas persoalan ini juga cukup tinggi, hal ini dapat dilihat dari *votes* di atas, terdapat 304 *millennials* yang tertarik dan ingin ikut seminar ini. Untuk memastikan kesesuaian waktu, penyelenggara juga membuat *polling* mengenai waktu yang tepat untuk menyelenggarakan seminar ini, dapat dilihat dari *polling* di atas 133 orang memilih *weekdays* dan 34 orang memilih *weekend*, kemudian sebanyak 109 orang *votes* seminar tersebut diadakan setelah jam makan siang (siang hari).

Dari hasil observasi yang dilakukan kepada *millennials* tersebut penyelenggara menarik kesimpulan secara objektif dan kemudian hasil ini dijadikan *guideline* untuk observasi selanjutnya dengan calon narasumber. Hasil kedua observasi tersebut ditelaah sedemikian rupa dengan banyak pertimbangan sehingga seminar yang dibentuk sesuai dan dapat menjawab persoalan kalangan

millennials. Selain observasi acara ini juga melakukan riset dari konsep yang telah ada. Data yang diperoleh menggunakan metode studi pustaka;

Menurut Nazir (2013, p. 93) “Studi Pustaka adalah studi penelaah terhadap buku, literatur, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal ini juga dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan perbandingan antara teori dengan prakteknya.”

Data sekunder yang didapatkan melalui beberapa kegiatan yakni melalui kegiatan studi dokumen maupun *internet* merupakan hasil dari studi pustaka. Penelitian pada penelitian terdahulu yang dilakukan guna mendapatkan informasi melalui karya serupa yang dibuat oleh pembentuk karya lainnya, jurnal *online*, dan buku-buku yang tersedia di perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara, dan *London School Public Relations* juga merupakan data sekunder yang digunakan sebagai data acuan dalam pembentukan skripsi berbasis karya rancangan *special event* “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube.”

Data data observasi dan studi pustaka yang diperoleh dijadikan acuan dan dianalisis menggunakan **riset analisis 5W+1H** (*What, Who, When, Where, Why, How*) sebagai fondasi tahap rancangan karya. Guna mempermudah dan merancang

karya sesuai dengan objektif, tahap perancangan awal/*research* 5W+1H dituangkan ke dalam bentuk tabel sebagai berikut;

Tabel 3.4 Riset Analisis 5W+ 1H Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”

What	Hal yang ditawarkan dalam Seminar "Earn Million Dollars from Instagram and Youtube": Materi/edukasi dari Mikro, Makro, Mega influencer/ content creator dengan bidang yang berbeda-beda mengenai langkah serta cara/ <i>tips and trick</i> untuk menghasilkan pendapatan yang besar dari <i>platform</i> Instagram dan Youtube. Sehingga <i>target audience</i> yang belum mengetahui atau sudah mencoba tapi belum berhasil menghasilkan dapat mendapatkan jawabannya di seminar ini.
Why	Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” dibentuk karena melihat banyaknya minat serta ketertarikan <i>millennials</i> untuk menghasilkan pendapatan besar melalui <i>platform</i> Instagram dan Youtube. Namun belum banyak yang mengetahui caranya/sudah mencoba tapi belum berhasil menghasilkan pendapatan melalui <i>platform</i> terkait, untuk itu seminar ini diadakan untuk mengedukasi para <i>millennials</i> .
How	Dengan mengundang narasumber berkompeten , yang tentunya sudah menghasilkan pendapatan yang besar melalui Instagram dan Youtube. Narasumber yang diundang ke <i>event</i> (berskala kecil) seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” memiliki latar belakang/bidang yang berbeda-beda sehingga peserta melihat potensi dan jawaban untuk persoalan mereka dari berbagai perspektif. Para peserta akan mendapatkan <i>tips and trick</i> jitu dari narasumber, dan setelah sesi pembagian materi peserta memiliki kesempatan untuk bertanya langsung kepada narasumber, yang diharapkan dapat menjawab persoalan peserta.
Who	Pihak yang terlibat dalam acara seminar "Earn Million Dollars from Instagram and Youtube" selain penyelenggara :
	Pembicara 1: Kristo Immanuel , makro <i>influencer</i> yang dikenal sebagai <i>impersonator content creator</i> ini memiliki 164 ribu <i>subscribers</i> pada <i>platform</i> Youtube dan 273 ribu <i>followers</i> di <i>platform</i> Instagram.

Who	Pembicara 2: Verawaty , mikro <i>influencer</i> yang dikenal sebagai <i>travel and lifestyle content creator</i> ini memiliki 103 ribu <i>subscribers</i> pada <i>platform</i> Youtube dan 38,3 ribu <i>followers</i> pada akun Instagram-nya.
	Pembicara 3: Reggie Prabowo/“Miawaug” <i>Mega influencer</i> yang dikenal sebagai <i>game content creator</i> ini memiliki 9,37 juta <i>subscribers</i> di Youtube dan 2 juta <i>followers</i> di <i>platform</i> Instagram.
	Master of Ceremony (MC) dan Moderator seminar : Cinta Cista (Penyiar Mustang Radio, MC Prudential, Acara Kampus Atma Jaya, MC seminar, pengisi <i>Noise original Podcast "Carry on, Carry on"</i>)
	Target audience/Peserta seminar adalah kalangan <i>millennials</i> NON-UMN maupun mahasiswa UMN. Target audience primer (<i>millennials</i> yang tidak mengetahui cara untuk menghasilkan pendapatan melalui <i>platform</i> Instagram dan Youtube), target audience sekunder (Kalangan <i>millennials</i> yang sudah mencoba untuk menghasilkan melalui <i>platform</i> Instagram dan Youtube tapi belum berhasil menghasilkan).
Where	Lokasi penyelenggaraan <i>Seminar "Earn Million Dollars from Instagram and Youtube"</i> dipilih dengan melihat pertimbangan <i>budget</i> serta memiliki ruang dengan kapasitas untuk 100 peserta, 3 pembicara, serta panitia.
When	Merujuk pada karya terdahulu serta ketersediaan tempat dan waktu pembicara juga pihak yang terlibat. Seminar ini akan diselenggarakan pada hari kerja (setelah jam makan siang). Tepatnya pada tanggal Selasa, 14 April 2020. Pukul 13.00 siang hingga 16.00 sore.

Sumber: Data Olahan Penyelenggara, 2019.

Riset analisis 5W+1H yang dipaparkan di atas dijadikan acuan untuk membentuk *design* dari acara Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”. Namun sebelum memasuki tahap perancangan desain *event* perlu diketahui pada awal bulan Maret 2020, COVID-19 (*CoronaVirus Disease* 2019) telah mewabah di Indonesia. *Outbreak* COVID-19 yang telah menjadi pandemi dunia ini, berdampak pada semua sektor. Pemerintah memberi himbauan kepada

semua masyarakat untuk memutuskan rantai COVID-19 dengan cara “*Stay At Home*” #DiRumahAjaDulu. Keselamatan peserta, pembicara serta semua pihak yang terlibat adalah prioritas. Sehingga untuk menjaga keselamatan semua pihak acara seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” mendukung himbauan pemerintah. Konsep, rancangan seminar ini tetap dilakukan sebagai mestinya. Namun karena adanya keterbatasan seminar ini yang tadinya berbasis konvensional akan diubah menjadi basis *online*; yang mana dalam menggunakan basis *online* ada beberapa hal yang tidak bisa dilakukan secara *digital/online*. Berikut adalah rancangan *design event*/ seminar dengan penyesuaian rencana terhadap rancangan semestinya;

1. **Nuansa, suasana, dekor:** Perencanaan awal sebelum adanya penyesuaian acara seminar ini akan di bernuansa biru mengikuti warna dominan pada *logo*, dan di dekor dengan tataan tempat pembicara di atas panggung menggunakan empat kursi (*armchair*) dan satu meja di tengah lalu dilengkapi dengan *X-banner* diletakkan di sudut ruangan dan *projected logo* sebagai *background* selama acara berlangsung. Suasana yang ditawarkan dari seminar ini adalah suasana *casual* sehingga tidak acara tidak terlalu formal/terlalu kaku. Setelah mengalami penyesuaian, nuansa hanya diterapkan pada pakaian yang dikenakan oleh pembicara juga moderator, MC. Suasana seminar tetap seperti rencana awal yaitu *casual*/tidak formal.
2. **Materi pemasaran :** Materi pemasaran yang digunakan oleh acara Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” adalah

Invitation untuk para tamu undangan, *E-Banner*, Instagram *stories* akan dipublikasikan juga di Instagram *official account event* Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” (@earn.milliondollars), Instagram panitia, dan tentunya Instagram *influencer* terkait. Seminar ini juga akan memaksimalkan penggunaan fitur *hashtag* (#SeminarEMD) dan *InstaAds* selama secara berkala sebanyak 3 kali sebelum hari-H pada Instagram untuk *boost* materi promosi terkait. Kemudian, selain hal tersebut sebelum dan sesudah acara seminar EMD ini juga akan dipublikasikan di beberapa media dan melakukan *paid promote* pada *platform* Instagram guna menarik *crowd*/peserta lebih banyak.

3. **Fasilitas:** Sebelum adanya penyesuaian lokasi yang digunakan oleh seminar ini sangat memadai untuk 100 peserta seminar yaitu *Lecture Hall* di Gedung C Universitas Multimedia Nusantara. Ruangan ini memiliki 150 *seats* dengan *stadium arrangement seat*, dilengkapi dengan *full sound system* beserta *Mic* untuk pembicara, moderator dan *MC*. Tersedia ruang tunggu untuk pembicara serta meja registrasi untuk pendaftaran ulang peserta dan lokasi toilet, tempat parkir yang sangat mudah di akses. Namun setelah adanya seminar ini akan diselenggarakan menggunakan *Zoom Webinar App* yang dapat diakses oleh peserta, pembicara, panitia secara terpisah di rumah masing-masing. *Zoom Webinar* adalah aplikasi berbayar yang memiliki kapasitas untuk 100 peserta dan 10 *slot participants* lainnya untuk panitia juga pembicara.

Meskipun seminar ini diselenggarakan secara *online*, aplikasi yang digunakan oleh *seminar* “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” ini memungkinkan interaksi antar pembicara, moderator, MC juga peserta yang hadir. Terdapat fasilitas fitur *Question and Answer* (Q&A) untuk mempermudah sesi tanya jawab, dan fitur *live chat* yang dapat diakses oleh setiap peserta, moderator, MC, dan pembicara. Terdapat fasilitas lainnya seperti *raise hand*, *clap*, *thumbs up* untuk peserta memberikan reaksi terhadap materi yang dibagikan oleh penyaji.

4. **Program isi acara/Hiburan** : Sebelum Hari-H (*pre-event*) seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” mengadakan Instagram *story challenge* di akun Instagram *official account* seminar ini (@*earn.milliondollars*). Hal ini dilakukan guna membangun antusias peserta seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”. Instagram *story challenge* yang dilakukan oleh seminar ini memiliki *template* khusus dan eksklusif untuk peserta seminar EMD.

Bagi yang ingin mengikuti *pre-event* (Instagram *story challenge*) wajib terdaftar dalam daftar peserta seminar, mengisi *template* yang dibuat khusus oleh penyelenggara, *follow* akun Instagram *official* (@*earn.milliondollars*), *follow* 3 pembicara, menggunakan *hashtag* #SeminarEMD serta mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku. Dipilih sebanyak tiga pemenang yang akan mendapat hadiah (berupa *Goodie bag* dan *voucher* belanja senilai 100.000 rupiah). Selain Instagram *story challenge*, hal lain yang ditawarkan oleh penyelenggara

acara untuk *pre-event* adalah *early registration*. 50 peserta pertama yang mendaftar seminar ini di (bit.ly/SeminarEMD) akan mendapatkan *goodie bag* eksklusif berisi notebook ukuran A6 dan pen yang di modifikasi khusus oleh Seminar EMD.

Acara seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” akan dikemas semenarik mungkin menggunakan bahasa yang *casual* sehingga mudah dimengerti. Acara ini dibagi menjadi 4 sesi. Terdapat sesi pembuka, sesi isi/penjelasan *tips and trick* yang dijelaskan langsung oleh pembicara (mikro, makro, mega *influencer*), kemudian sesi tanya jawab langsung, dan sesi penutup. Pembicara yang dipilih sudah melewati banyak pertimbangan termasuk kesesuaian konsep *influencer tiers* (*mega, macro, micro, nano influencer*) kemudian hasil observasi awal yang mana kebanyakan dari *millennials* tertarik dengan bidang tersebut.

Pembicara yang mewakili *mega influencer tiers* adalah Reggie Prabowo / “Miawaug”. Ia merupakan *game content creator* yang memiliki *subscribers* sebanyak 9,370,000 dalam *platform* Youtube dan 2.000.000 *followers* di Instagram. Reggie Prabowo atau yang akrab dipanggil dengan sebutan “Miawaug” merupakan salah satu *top content creator* di Indonesia yang menjadi *talent* Youtube *FanFest* dan sudah sering bekerjasama dengan *brand international* seperti *Logitech, Riot Games, MSI, Steel series, Lenovo*, dll.

Pembicara kedua adalah Kristo Immanuel, ia yang mewakili *macro influencer tier*. Kristo Immanuel merupakan *impersonate content creator* yang memiliki *talent* yang luar biasa. Berawal dari *posting-an talent* ia memiliki 164.000 *subscribers* di *platform* Youtube dan 273.000 *followers* di *platform* Instagram. Pembicara yang satu ini sudah sering menjadi pembicara di acara-acara ternama, seperti acara Hitam Putih, menjadi pembicara di NetTV, GenFM, Badan pusat statistik, Universitas Sergio Pranoto, dan Universitas IPB Bogor.

Pembicara selanjutnya adalah Verawaty. Verawaty mewakili *micro influencer tier* yang mana dalam proses pembuatan karya ini *followers* dan *subscribarnya* terus bertambah. Verawaty adalah *travel and lifestyle content creator* yang memiliki 38.000 *followers* di Instagram dan 103.000 *subscribers* di Youtube. Sebelum menjadi *content creator* ia adalah pramugari Garuda Indonesia selama 3 tahun dan pernah ditawarkan untuk bergabung bersama *Singapore Airlines* juga *Emirates* serta memiliki pengalaman *host MNC TV*, *beauty pageants*, dan pernah menjadi Koko Cici Jakarta.

Acara seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” akan dibuka oleh MC dimana pada sesi pertama akan ada kata sambutan dari ketua program studi fakultas Ilmu Komunikasi (Bapak Inco Hary Perdana), diikuti dengan sepatah dua kata dari ketua acara (Shindy Wijaya). Sebelum memasuki sesi kedua moderator akan menjelaskan pembagian dan materi apa yang dibawakan oleh pembicara.

Sesi kedua merupakan sesi isi/ konten utama yang mana dalam sesi kedua ini setiap pembicara akan menjelaskan tiga langkah utama (langkah awal masuk ke dunia Instagram dan Youtube, cara membuat konten yang menarik, *engaging* dan menjual, dan langkah terakhir/ *requirement* apa saja yang perlu ditempuh oleh setiap peserta agar dapat menghasilkan pendapatan yang besar melalui *platform* terkait), penjelasan langkah tersebut akan disertai dengan *tips and trick* untuk menghasilkan pendapatan melalui *platform* Instagram dan Youtube. Sesi kedua berdurasi 60 menit, yang mana setiap pembicara diberikan waktu untuk menjelaskan masing masing 20 menit.

Sesi ketiga merupakan sesi tanya jawab langsung bersama ketiga narasumber, Setiap narasumber akan menjawab 2 pertanyaan (total 6 pertanyaan) dan memanggil peserta yang bertanya untuk maju kedepan duduk bersama narasumber terkait. Setelah sesi tanya jawab, Sesi penutup/terakhir akan dibuka oleh moderator. Moderator akan memberikan kesimpulan/gambaran besar mengenai seminar ini kemudian mengumumkan pemenang Instagram *story challenge (pre-event)*, memberikan waktu untuk peserta mengisi *quick survey* mengenai seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”, dilanjutkan dengan pengumuman pemenang *doorprize voucher* belanja senilai 300.000 rupiah (menggunakan *roullete machine* berisi nama peserta Seminar EMD), diakhiri dengan pembagian plakat kepada ketiga

pembicara, ketua program studi FIKOM UMN (Bpk. Inco Hary Perdana) dan foto bersama.

Agar penjelasan program isi acara lebih mudah di mengerti, berikut adalah *rundown* acara seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” (*cuecard* akan dilampirkan pada halaman dokumentasi);

Tabel 3.5 Rundown Seminar

Waktu	Durasi	Kegiatan	PIC	SUPERVISI	Keterangan
12:55	13:00	0:05 Waiting	MC	Shindy (Ketua Panitia #SeminarEMD)	Menunggu semua peserta untuk join
13:55	14:00	0:05 Opening	MC		Menjelaskan flow dan Memberitahu untuk mendengarkan sampai akhir webinar karena ada pembagian insta challenge dan doorprize diakhir acara. Shindy mempersiapkan Cover PPT Kaprodi
13:00	13:05	0:05 Kata sambutan dari Kaprodi	MC + Kaprodi		
13:05	13:08	0:05 Kata sambutan dari Ketua panitia	MC+ Shindy		
13:08	13:28	0:03 Memperkenalkan narasumber Kristo Immanuel	MC		PPT cover Kristo Immanuel
13:28	13:31	0:20 Membahas Tips and Trick & langkah awal agar masuk ke dunia Instagram dan Youtube (personal branding) + perangkat yang harus dimiliki	Kristo Immanuel		15 mins (Pembahasan oleh Kristo) 5 mins (Moderator meminta Kristo untuk memberi pesan/quotes terkait topik kepada para peserta dengan mengimpersonasikan pak Jokowi)
13:31	13:34	0:03 Memperkenalkan narasumber Verawaty	MC		PPT cover Verawaty
13:34	13:54	0:20 Membahas Tips and Trick membuat konten menarik dan engage more audience di Instagram dan Youtube	Verawaty		15 mins (Pembahasan oleh Vera) 5 mins (Moderator bertanya : ka vera dilihat dari video yang ka buat, editingnya bagus banget dan well planned, padahal kan setiap tempatnya yang akan dikunjungi kk belum pernah pergi. Gimana cara agar ka vera bisa planning alur edit videonya ka?)
13:54	13:57	0:03 Memperkenalkan narasumber Reggie Prabowo	MC		PPT cover Reggie Prabowo
13:57	14:17	0:20 Membahas tentang tips and trick , requirement dan formula yang bisa digunakan agar bisa mendapatkan penghasilan dari Instagram dan Youtube	Reggie Prabowo		15 mins (Pembahasan oleh Reggie) 5 mins (Moderator bertanya : kemarin ketua panitia kita sempat ngitung dari data yang ada di Social Blade. Kk aktif dari maret 2014, sampe sekarang udah 6 tahun. Berati ada 2190 hari. Sedangkan kk udah upload 2253 video. Berati kan setiap hari 1-2 tuh. Ka, gak mumet tuh ka bikin konten?)
14:17	14:37	0:20 Sesi Tanya jawab	Moderator + Narasumber		3 Pertanyaan saja. (1 pertanyaan untuk setiap narasumber), jika ada waktu lebih 1 pertanyaan.
14:37	14:45	0:08 Pengumuman pemenang Instagram Story, Doorprize .	MC		Nama pemenang Instagram story challenge . Open Website : roulette untuk doorprize
Selesai (-/± 15.00 WIB)					

Sumber: Data Olahan Penyelenggara, 2020.

- Hidangan** : Perencanaan awal, seminar ini menyediakan *snack* dan air minum botol dimodifikasi dengan *logo* untuk konsumsi peserta seminar dan pembicara untuk dibagikan di akhir acara ditiadakan. Hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan pada seminar *online* sehingga acara ini tidak memberikan hidangan/konsumsi kepada pihak yang terlibat.
- Souvenir/Amenities** : Beberapa hal yang akan diberikan pada 50 peserta pertama *seminar* adalah *goodie bag*, *pen*, *note* A6 (guna mencatat segala informasi yang diberikan oleh pembicara). Setiap *souvenir* tersebut akan dimodifikasi dengan *logo* dari acara ini sehingga dapat disimpan dan dijadikan kenang-kenangan untuk setiap peserta yang telah menghadiri seminar ini. Setiap peserta yang terdaftar akan mendapatkan e-sertifikat

yang dikirim setelah acara oleh penyelenggara melalui *email* beserta link eksklusif *video output* seminar (*unlisted* untuk peserta saja) .

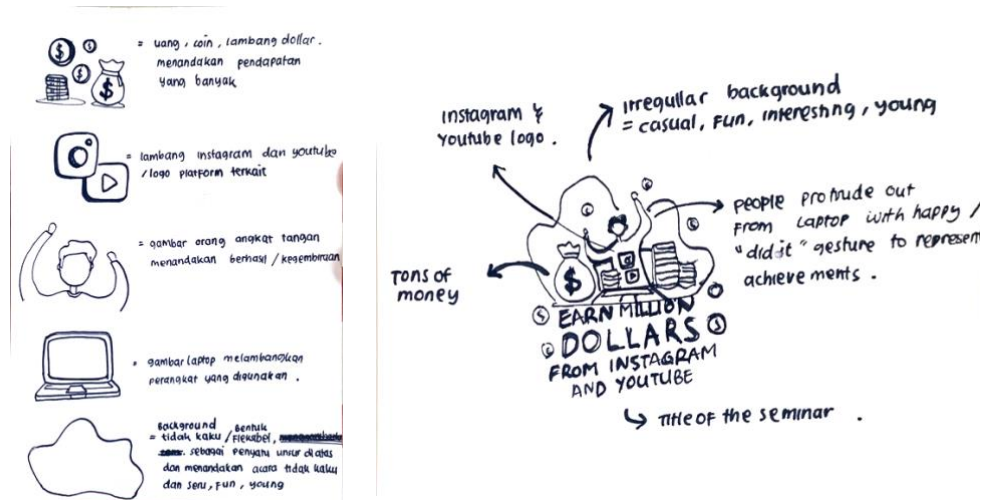
Untuk setiap pembicara (*influencers*) dan kepala program studi yang sudah bersedia hadir memberikan kata sambutan akan diberikan plakat akrilik yang telah dimodifikasi khusus dengan *logo* dan nama di setiap plakatnya. Pembicara akan diberikan *frame* foto dan hadiah eksklusif dari penyelenggara, beserta *goodie bag* dengan isi yang telah dipaparkan di atas sebagai kenang-kenangan dari acara ini.

Perubahan basis tidak mengubah perancangan souvenirs. Namun karena seminar ini diselenggarakan dengan basis online/digital, hal ini tidak memungkinkan penyelenggara untuk membagikan souvenir secara langsung kepada pembicara juga peserta dan pemenang *doorprize* dan lomba *pre-event*. Souvenir yang telah disiapkan akan dikirim H+1 menggunakan JNE tanpa memungut biaya apapun dari peserta dan pihak lainnya.

Selain keenam desain *event* di atas, desain *visual event* juga perlu diperhatikan. Dalam membuat desain *visual* suatu *event* tentunya memerlukan kreatifitas dan komprehensif serta penuh pertimbangan agar pesan yang ingin disampaikan, serta identitas *event* tersampaikan kepada publik terkait. Berikut adalah sketsa materi desain *visual* dari *event* seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” yang di desain langsung oleh penyelenggara;

1. Membuat *logo* seminar EMD

Gambar 3.1 Sketsa Desain *Visual Logo*

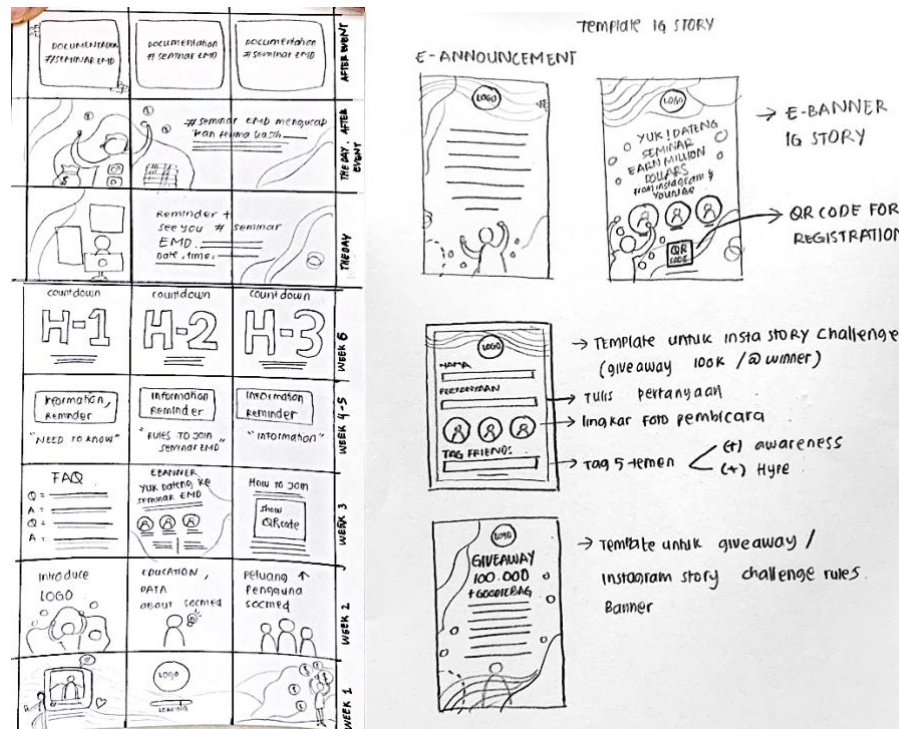


Sumber: Data Olahan Penyelenggara, 2020.

Di atas adalah sketsa dari *logo* seminar EMD, dapat dilihat bahwa setiap unsur logonya memiliki makna. Secara keseluruhan, *logo* ini menggambarkan seseorang yang berhasil mendapatkan banyak uang/pendapatan melalui *platform* Instagram dan Youtube. Terlihat dari *logo* ini bentuk sketsa orang tersebut memberikan efek 3D keluar dari perangkat dan memberikan *gesture* senang, dan uang yang melimpah dari sekitarnya.

2. Membuat *design* Materi promosi (*template* konten Instagram):

Gambar 3.2 Sketsa Materi Promosi

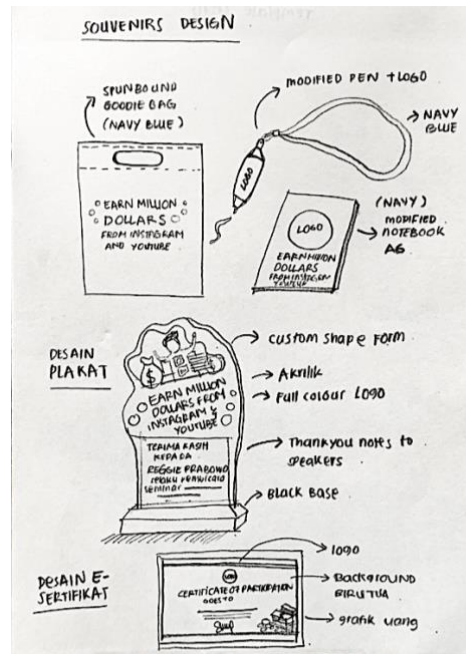


Sumber: Data Olahan Penyelenggara, 2020.

Di atas adalah sketsa materi promosi seminar EMD yang dijadikan acuan untuk memposting *feeds*/Instagram *story* di *official account* seminar EMD (@earn.milliondollars). Penggunaan Instagram sebagai *platform* utama untuk mengunggah *posting-an* dianggap lebih efektif, karena *target audience*, serta tajuk dari seminar ini berhubungan dengan penggunaan *platform* Instagram. Berikut adalah *final design feeds* dan Instagram *story* seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”

3. *Design visual souvenir/ goodiebag, e-sertifikat, plakat seminar EMD.*

Gambar 3.3 Sketsa *Visual Souvenirs*

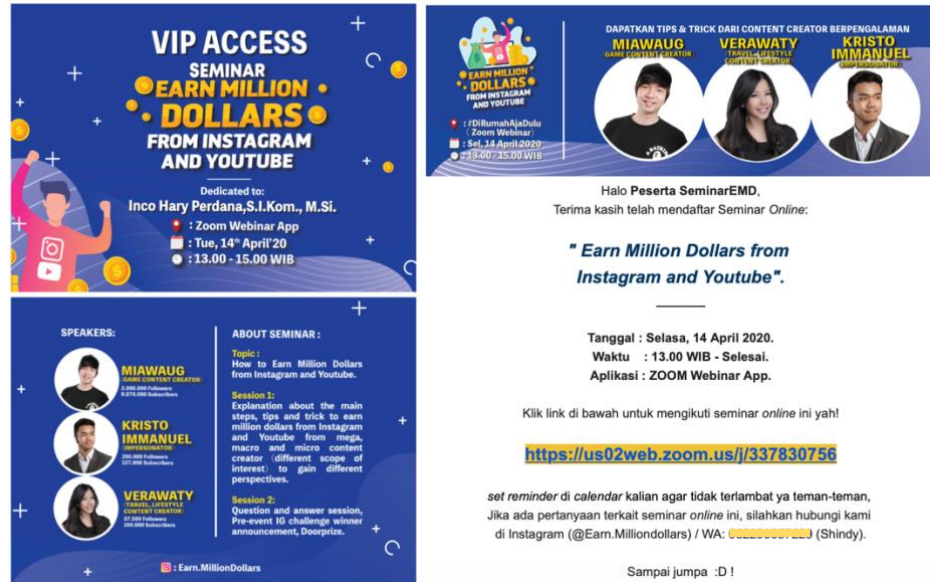


Sumber: Data Olahan Penyelenggara, 2020.

Di atas adalah sketsa *souvenirs* (*goodiebag*) yang akan diberikan kepada 50 peserta ketiga pembicara dan pemenang *doorprize* juga Instagram *Story Challenge*, plakat untuk setiap pembicara serta KAPRODI FIKOM UMN yang sudah bersedia hadir memberikan kata sambutan, serta e-sertifikat yang akan diberikan kepada seluruh peserta, pemenang *doorprize* dan *giveaway*.

4. *Design e-invitation* (peserta dan tamu undangan).

Gambar 3.4 E-invitation Seminar EMD



Sumber: Data Olahan Penyelenggara, 2020.

Setelah mendesain *event*, langkah selanjutnya menurut konsep *event management* (Goldblatt, 2013) adalah *planning*. Dalam tahap *planning* terdapat tiga unsur *event planning* yaitu waktu, ruang, dan tempo/irama. Ketiga unsur ini juga mengalami penyesuaian dalam tahap perencanaan berikut adalah penjelasannya;

Waktu persiapan perancangan skripsi berbasis karya ini dapat dikatakan dilakukan dalam waktu yang cukup singkat, rancangan karya dimulai pada bulan Januari 2020 hingga bulan April 2020 dengan irama dan tempo yang tergolong cepat. Waktu serta tempo perancangan *event* akan diperjelas melalui *timeline* kerja berikut;

Tabel 3.6 *Timeline Kerja*

No	Kegiatan	Januari			Februari				Maret				April				Mei			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Ide/Konsep																			
2	Pembuatan Desain																			
3	Penyusunan Proposal																			
4	Pembentukan Panitia																			
5	Pencarian dan Menentukan Speakers, Vendor, Media																			
6	Publikasi dan Promosi Event																			
7	Event																			
8	Penyusunan Laporan																			

Sumber: Data Olahan Penyelenggara, 2020.

Timeline di atas merupakan garis besar tahap *planning*, yang dijadikan acuan dalam proses perancangan karya (penjabaran lebih detail ada pada matriks perencanaan karya). Dalam *timeline* kerja tersebut semua rancangan acaranya sesuai dengan rencana awal (penyesuaian perencanaan tidak mengubah rancangan karya) kecuali pembentukan panitia (no.4). Peniadaan pembentukan panitia disebabkan karena adanya penyesuaian basis konvensional ke basis *online*, yang mana membuat penyelenggara dapat mengakses dan menyiapkannya sepenuhnya secara individu/tanpa panitia lainnya. Peniadaan pembentuk panitia tentu sudah melewati banyak pertimbangan. Berikut adalah pertimbangan penyelenggara:

1. Aplikasi *Zoom Webinar* memiliki kapasitas terbatas. Adanya panitia mengurangi *slot* peserta.

2. Hal yang awalnya membutuhkan tenaga dari panitia lainnya adalah registrasi ulang, pembagian *Goodiebag*, *sound system operator*, pembagian konsumsi (hidangan), dan *person in-charge* narasumber, yang mana semua yang dipaparkan itu tidak diperlukan dalam basis *digital*.

Sebelum mengalami penyesuaian, planning ruang/tempat yang akan digunakan untuk penyelenggaraan *event* adalah *Lecture Hall*, Gedung C Universitas Multimedia Nusantara. Pemilihan tempat tentunya sudah melewati tahap pertimbangan. Pertimbangan utama adalah *budget*, kelengkapan fasilitas untuk acara ini, juga kapasitas ruangan yang disesuaikan dengan *target* audiens dari acara ini yaitu 100 *target* peserta seminar. Namun seperti yang telah dijelaskan di atas, seminar ini akan diakses oleh peserta, pembicara, MC, moderator secara terpisah/di rumah masing-masing. Aplikasi yang digunakan untuk menghubungkan peserta, moderator, MC dengan pembicara juga penyelenggara adalah *Zoom Webinar App*. *Zoom Webinar* memiliki kapasitas yang cukup untuk pembicara, MC, moderator juga 100 peserta.

Adanya wabah tidak menghentikan penyelenggara untuk mengadakan *event seminar* “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”, sehingga dengan *plan* alternatif, seminar ini tetap diselenggarakan pada tanggal 14 april 2020, dimulai pada pukul 13.00 WIB sampai pukul 15.00 WIB. Acara ini akan dibagi menjadi empat sesi acara, (penjelasan mengenai program isi acara/sesi yang terdapat dalam acara seminar ini terpapar dalam penjelasan *design event* di atas bagian program isi acara). Dalam praktiknya perancangan dan penyusunan *event*

ini merupakan suatu hal yang kompleks. Ada banyak hal yang harus dipertimbangkan, untuk merancang keseluruhan *event* guna mencapai *output* yang terintegrasi dengan kerangka besar *event* terkait. Karya ini melakukan evaluasi guna dijadikan pelajaran sehingga kedepannya lebih baik.

3.2 Anggaran

Berikut adalah tabel dengan rincian anggaran rancangan skripsi berbasis karya Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube”;

Tabel 3.7 Anggaran Rancangan Karya

No	Kegiatan	Jumlah	Harga Satuan	Harga
1	Percetakan Proposal	3	25.000	75.000
2	Percetakan (undangan, surat)	10	5.000	50.000
3	<i>Food and Beverage</i>	160	10.000	1.600.000
4	<i>Master of Ceremony</i> +Moderator Fee	1	1.000.000	1.000.000
5	<i>Speakers</i> (termasuk <i>riders</i>)	3	3.000.000	9.000.000
9	Publikasi melalui Instagram Ads	2	150.000	300.000
10	Cetak X-banner	2	85.000	170.000
11	Konsumsi Pembicara	3	40.000	120.000
12	<i>Goodiebag</i> (Note A6, Pen, Tote Bag)	60	40.000	2.400.000
13	Hadiah pemenang	4	100k(3)+300k	600.000
14	Hadiah pembicara	3	150.000	450.000
15	<i>Transport media</i>	5	50.000	250.000
16	Plakat	4	150.000	600.000
17	Biaya tak terduga	1	300.000	300.000
			Total biaya	16.915.000

Sumber: Data olahan penyelenggara, 2020.

Dapat disimpulkan anggaran dana yang perlu disiapkan sebesar **Rp. 16.915.000**. Anggaran dana karya ini menggunakan dana pribadi penyelenggara/ tidak ada penggalangan dana dan sponsor (*non-profit oriented event*).

3.3 Target Luaran/Publikasi

Seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” dipublikasikan menggunakan *platform* yang sesuai dengan tajuknya yaitu Instagram dan Youtube. Publikasi yang dilakukan setelah acara (*post-event*) ada *video record* seminar yang akan dipublikasikan melalui *platform* Youtube menggunakan fitur *unlisted* (hanya orang tertentu yang bisa mengakses/ hanya orang yang diberikan akses saja) dalam hal ini orang yang diberikan akses adalah peserta yang terdaftar/ yang telah mengikut seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” sehingga setiap peserta yang berhalangan/berkendala dapat melihat dan mendengar kembali *tips and trick* yang diberikan oleh pembicara serta jawaban dari setiap pertanyaan yang telah dilontarkan oleh narasumber. Kesimpulan yang diberikan oleh moderator akan dipaparkan pada *caption video* yang diunggah pada *platform* Youtube, sedangkan foto/dokumentasi dari seminar ini akan diunggah melalui *platform* Instagram.

Tidak hanya itu, guna meningkatkan *exposure* juga *coverage* seminar “Earn Million Dollars from Instagram and Youtube” juga akan mengundang kurang lebih 5 media untuk meliput/mempublikasikan seminar ini. *Media release* juga akan diberikan kepada media yang ingin mempublikasikan namun berhalangan hadir.